Deutscher Bundestag
13. Wahlperiode

Drucksache 13/7807

04. 06. 97

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Dr. Christa Luft, Rolf Kutzmutz, Dr. Gregor Gysi und der Gruppe der PDS

Schutz vor Werbung

Bürgerinnen und Bürger fühlen sich von übermäßiger Werbung bedroht und stehen ihr häufig wehrlos gegenüber. Briefkästen werden überfüllt, Hausflure, öffentliche Straßen und Plätze verunreinigt.

Zugleich bezahlen sie letztendlich noch diese Werbeflut mit den Verbraucherpreisen.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Welche Tendenzen und Faktoren in der Werbung bedürfen nach Ansicht der Bundesregierung einer kritischen Bewertung in bezug auf die Wahrung der Rechte der Bürgerinnen und Bürger sowie eine umweltgerechte Entwicklung?

2. Wie beurteilt die Bundesregierung die Tatsache, daß sich Bürgerinnen und Bürger durch ein Übermaß an Werbung belästigt fühlen?

3. Welche Angaben sind der Bundesregierung zum Ressourcenverbrauch der Werbung bekannt?

   Wie beurteilt die Bundesregierung den Ressourcenverbrauch bei der gedruckten Werbung hinsichtlich einer umweltgerechten Entwicklung?

4. Welche Wirkungen gehen nach Einschätzung der Bundesregierung von den in der Werbung eingesetzten Druckfarben und anderen chemischen Materialien für die Umwelt aus?

5. Wie werden nach Erkenntnissen der Bundesregierung Ausgaben für Werbung in den bisherigen Ausarbeitungen zur Gestaltung eines Öko-Sozialprodukts bewertet?

   Welche Auswirkungen hat die Werbung hierbei im Vergleich zu Berechnungen des Bruttosozialprodukts?

   Welche zahlenmäßigen Angaben liegen dazu vor?

6. In welchem Umfang trägt Werbung zu einer künstlichen Alterung der Produkte bei, wird durch ein – bezogen auf den Gesamtressourcenverbrauch – ungerechtfertigtes Hervorheben

(oft nur scheinbar) neuer Eigenschaften eines Produktes ein vorzeitiges Aussondern alter Produkte verursacht?

Welche Ergebnisse von Verbraucherschutzverbänden sind der Bundesregierung dazu bekannt?

7. Welche Richtlinien der Bundesregierung gibt es zur Werbeintensität sowie zum umweltgerechten Ressourceneinsatz in der Werbung für Bundesunternehmen?

8. Welche Höhe erreichen nach Kenntnis der Bundesregierung anteilige Ausgaben für Werbung bei einzelnen Unternehmen in der Lebensmittelbranche, insbesondere bei Süßwaren und alkoholischen Getränken wie Bier, Sekt, Wein, bei Tabakerzeugnissen, Zigaretten, bei kosmetischen Mitteln, Waschmitteln und Versicherungen im Höchstfall?

9. Wie sieht das bei Bundesunternehmen aus?

10. Welche Ergebnisse haben Initiativen zur Einschränkung der Werbung für alkoholische Getränke bei Sportsendungen?

    Welche Maßnahmen wurden konkret ergriffen?

11. Hat sich die Steuerreform-Kommission mit der Wirkung der Ausgaben für die Werbung befaßt?

    Zu welchen Ergebnissen ist sie gelangt?

12. Auf welcher Bezugsbasis könnte nach Einschätzung der Bundesregierung eine Abgabe auf Werbungsausgaben, die auf eine Verminderung des Ressourcenverbrauchs insbesondere an Papier und Druckfarben sowie anderer umweltgefährdender Stoffe und gegen Innovationen um ihrer selbst willen gerichtet ist, sachgerecht erhoben werden?

13. In welchen Ländern der EU wird Werbung besteuert?

    Wie gestalten sich die jeweiligen Regelungen?

    Wie hoch sind die jeweiligen Ausgaben für Werbung, und wie hoch sind die Steuereinnahmen im Zusammenhang mit der Werbung?

14. Ist im europäischen Vergleich eine Abhängigkeit zwischen der Besteuerung der Werbung und dem Umfang der Werbung feststellbar?

Bonn, den 27. Mai 1997

Dr. Christa Luft
Rolf Kutzmutz
Dr. Gregor Gysi und Gruppe

Druck: Thenée Druck, 53113 Bonn, Telefon 91781-0
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 13 20, 53003 Bonn, Telefon (02 28) 3 82 08 40, Telefax (02 28) 3 82 08 44
ISSN 0722-8333